试谈媒体在诚信宣传中的多维度思考

摘　要：3 月 16 日，央视网推送了一篇新闻《2019 年全国两会落幕，你的生活将有这些变化》，文中提及，在诚信建设方面，“打击失信、惩治失信被执行人，今年的‘笼子’将会越扎越紧。”作为肩负起“引导人、教育人、影响人、鼓舞人”职责的媒体，可以运用多维度思考，在诚信宣传中有所担当和作为。

关键词：诚信；多维度；媒体责任

中图分类号：G641　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2019）05-046-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.05.009

文 / 邢楠

3 月 16 日，央视网推送了一篇新闻《2019 年全国两会落幕，你的生活将有这些变化》，文中提及，5G 提速、携号转网、养老、住房、医疗等都给寻常百姓带来不少利好；与此同时，在诚信建设方面，讲到“打击失信、惩治失信被执行人，今年的‘笼子’将会越扎越紧。”

新华网也曾发表一篇短评，文中讲道：时下，我们必须既要谨防金融危机和房地产危机，更要防止出现信用危机。信用危机实际就是诚信危机。作为肩负起“引导人、教育人、影响人、鼓舞人”职责的媒体，必须在诚信宣传中担负起重任。媒体人可以运用多维度思考，在诚信宣传中有所担当和作为。

1. 既要宏观着眼又要微观入手，宣传诚信的重要性、必要性

关于诚信，党的十八大以来，习近平总书记在国内外多个重要场合强调诚信的重要性。他指出：“人与人交往在于言而有信，国与国相处讲究诚信为本。”他强调，“要让守信者受益，失信者受限。”在社会主义核心价值观中，富强、民主、文明、和谐是国家层面的价值要求，自由、平等、公正、法治是社会层面的价值要求，爱国、敬业、诚信、友善是公民层面的价值要求。诚信，是一个人的思想觉悟、道德水准、文明素养的综合体现。诚信，已经成为人与人之间、单位与单位之间、人与单位之间，能否交往的一个品牌和底线。

媒体的评论，包括短评、编者按、编后、“三言两语”等，可以从总书记的讲话、社会主义核心价值观的要求等宏观高处着眼，联系某个人、某件事的实际，从微观小处入手，把“诚信赢天下”的道理说得深一些、讲得透一些、诠释得细一些。媒体的消息、通讯、故事、系列报道等，要善于抓大化小、小中见大，运用看得见、摸得着、接地气的鲜活事例，宣传诚信友善，弘扬新风正气，抨击失信行为。

2. 既要宣传个人和单位，又要宣传政府在诚信方面的典型

典型的力量是巨大的。一个好的典型就是一部教科书。凤凰网江苏新闻 2018 年 8 月 24 日报道了连云港养殖场负责人魏宝磊的感人事迹。去年 8 月发生非洲猪瘟疫情时，他家养有生猪 4626 头，根据相关规定全部被扑杀。虽然政府对每头扑杀的猪有一定的补贴，但他家因疫情带来的各种损失超过 500 万元。憨厚的魏宝磊说：“我不能为了钱，丢掉自己的良心和行业信誉。”今年 1 月 29 日，《江海晚报》报道了这样一则事情：南通市港闸区陈桥街道育爱村八旬老人邵学仁夫妇，用自己的辛勤劳动，花了 18 年时间还清了去世儿子生前留下的 10 多万元债务。邵学仁的妻子沈秀英是个老党员，她说：“作为一个党员，更要做诚信的标杆。”

在世界知名的南通家纺城，南通恒俪布业有限公司专营 A 类品牌面料，企业的经营之道是绝不赚取昧心钱。一次，客户王志刚忽然收到“恒俪布业”汇给他的 10 万元，一时摸不着头脑。原来，王志刚向这家企业购买了约 30 万米的印花布。“恒俪布业”在使用了国内最新的顶级面料密度镜后，发现先前使用的密度镜精确度不够，即原先销售的面料用纱“短少”了。经测算后，“恒俪布业”向所有购买面料的客户逐一退了款，王志刚只是其中之一。

从多维度视角来说，政府也是诚信的履约对象和宣传对象。南通市通州区川姜镇一位领导深有感触地说，

近年来，川姜较好地解决了一些拆迁“钉子户”问题，很重要的一条经验是，拆迁政策公开透明，政府讲诚信讲服务，温暖了“钉子户”的心。从某种意义上说，“不含水分”的宣传，政府对百姓的真诚服务，更能密切党和人民群众的关系，赢得民心、树立威信。

3. 既要宣传不讲诚信的案例，又要宣传加大惩戒的举措

2018 年 8 月 16 日，江苏新闻有篇报道，题为“加大特殊主体失信惩戒力度”。文中讲到，淮安市有 4 名人大代表有还款能力，但他们对已发生法律效力的判决书拒不执行。最终，淮安市人大常委会决定取消了这 4 名人大代表的候选人资格。此举在当地产生了很大影响。一些老百姓说：“看来，人大代表也不是生活在‘保险箱’里，‘人大代表’不能当‘人赖’代表。”

近年来，江苏省高级人民法院在研究解决执行难方面迈出了关键的一步。以往，保险单一直没有列入被执行的范畴，保险成了避税避债的“天堂”。许多失信者拖欠着别人的钱不还，却买着大量的财产保险和人身保险。针对这个突出的社会现象，江苏省高院突破禁区，做出决定：“法院可以执行‘老赖’的保单。”这项重要举措于 2018 年 7 月在媒体报道后，许多债权人看到了新的希望，债务人受到了强大的震慑。

媒体宣传政府和社会力量加大惩戒失信者的举措，有利于更好地抨击那些不讲诚信的无赖之徒，有利于激发提升诚信友善的正能量和内生动力。总体而言，媒体在这方面报道的广度、深度和频度，还可以做得更好一些。

4. 媒体人既要自己增强把关意识，又要注意与社会有关部门共同把关

媒体的特性和使命决定了媒体人的职责，决定了媒体人的站位必须高一些、目光必须远一些，要切实增强把关意识，防止别有用心的人利用媒体为自己“贴金”。这些人想方设法在媒体上“露露脸”“亮亮相”，以达到沽名钓誉、扩大影响的目的。这方面的教训不少，一些媒体或多或少存在此类问题，值得媒体人反思、重视和整改。在 2018 年 8 月的全国宣传思想工作会议上，习近平总书记要求宣传思想战线的干部增强“四力”，即脚力、眼力、脑力、笔力。媒体人增强把关意识，就非常需要眼力和脑力。眼力的背后是辨别力、洞察力、判断力，脑力就是思维、思考、思辨的能力。个别媒体之所以为一些“老赖”贴金，成了他们的“传声筒”“护身符”，很大程度上与媒体人的眼力、脑力不够有关。

南通市媒体人要注意借助社会力量，与相关部门一起把关。通州有个媒体人讲到这样一件事：一个屡上“征信黑名单”且几次被司法拘留的创业者。媒体对他的情况有所了解，及时把关，才避免了不该出现的“典型”报道。事后，这家媒体与推荐单位做了交流，引起了他们的重视，健全和规范了推介先进典型的程序。推而广之，媒体人要用心与公安、司法、税务、通信、市场监管等部门多沟通和联系，共同提升诚信宣传的准确力、影响力和感召力，这是很有必要的。

5. 既要引导别人做诚信者，又要当好身体力行的表率

“无冕之王”是社会对记者的美誉。可见，社会对媒体人一般都比较信任和尊重。在当今信用危机比较严峻的情况下，媒体人更要珍惜这份信任和尊重。眼下，一些失实、失真、失信的新闻，往往离不开经济利益的驱使。这就要求媒体人要坚守底线、拒绝诱惑、杜绝“有偿新闻”，切实当好诚信的宣传者、引导者、践行者。

单位一位老记者讲起一个真实的故事：20 多年前，一个年轻同事因家庭急用向他借了 1 万元钱，开始几年还打招呼说“等手里有钱了就还”，后来辞职了就干脆“失联”。从诚信、看人品、想工作，这个老记者感慨：工作要有好人品。那个年轻人不讲信用、不靠谱，怎能当好媒体人？或许，这样的事情算不上“孤例”。这应当引起媒体人的重视和警示。新闻工作者既要有较强的业务能力，又要有良好的人品素养，当两者融为一体，才能彰显媒体人的人格魅力和社会形象，才能对树立“诚信、友善”的社会风气起到良好的促进作用。

一位哲人坦言：“诚信，不要成为时代的稀缺品。”此言，内涵深湛，值得深思。今年全国两会期间，江苏代表团有 30 名人大代表联名提交了“加快信用立法 推进诚信建设”的议案，呼吁尽快立法严惩失信行为。有鉴于此，媒体人务必要认清肩上担子的分量，增强责任意识、使命意识，开动脑筋，拓展思维，努力在诚信宣传方面有所担当和建树，为“共筑中国梦”多出一份力。媒

（**作者单位：**江苏省南通市通州区广播电视台）